MAM BRICOLAJ

IDEI PENTRU
O CASĂ MAI BUNĂ



2026

RAPORT FINANCIAR T3

MAM Bricolaj S.A.
Companie listată la BVB - Piața de Creștere

Simbol: **MAM**

INFORMAȚII EMITENT

Denumire	**S.C. MAM Bricolaj S.A.**
Piața de capital	Companie listată la Bursa de Valori București - Piața de Creștere Simbol: **MAM**
Sediu social	str. Prelungirea Ghencea, nr. 299-301, etaj 1, Sector 6
CUI / Nr. ORC	27933834, J2011000599405
Telefon investitori	0744 301 750
Email investitori	investitor@mam-bricolaj.ro
Website	www.mam-bricolaj.ro

CUPRINS

01	SCRISOAREA CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE	4
02	EVENIMENTE CHEIE	6
03	DESCRIEREA ACTIVITĂȚII DE BAZĂ	7
04	AVANTAJELE COMPETITIVE	8
05	ANALIZĂ VÂNZĂRI	9
	MAM Morarilor	11
	MAM Luica	12
	MAM Ghencea	13
	MAM Online	14
06	CONTUL DE PROFIT ȘI PIERDERE	15
07	BILANȚ	17
08	INDICATORI FINANCIARI	19
09	DECLARAȚIA CONDUCERII	20

01

SCRISOAREA CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE

Stimați acționari,

Primele nouă luni ale anului 2026 s-au desfășurat într-o piață în continuare slabă. Datele Institutului Național de Statistică arată că vânzările de produse nealimentare au scăzut cu 5,4% în perioada ianuarie-septembrie, față de aceeași perioadă a anului trecut. În acest context, cifra de afaceri a MAM Bricolaj a fost de 40,83 milioane lei, în scădere cu 8,2%, iar rezultatul net cumulat pe nouă luni este o pierdere de 0,35 milioane lei, față de un profit de 0,59 milioane lei în aceeași perioadă din 2025.

Trimestrul al treilea arată însă că ajustările făcute în prima parte a anului încep să dea rezultate. Vânzările din T3 au fost de 13,95 milioane lei, cu 6,6% sub nivelul din T3 2025, o scădere vizibil mai mică decât cea de 12,0% din trimestrul al doilea. Mai important, în T3 am înregistrat un profit net de 0,22 milioane lei, comparativ cu 0,07 milioane lei în T3 2025. Astfel, pierderea cumulată s-a redus de la 0,56 milioane lei la 30 iunie la 0,35 milioane lei la 30 septembrie.

Am continuat să adaptăm costurile la nivelul real al cererii. Pe nouă luni, cheltuielile cu personalul au scăzut cu 7,5%, iar cheltuielile de exploatare cu 3,7%, adică aproximativ 1,6 milioane lei. În același timp, reducerile comerciale acordate clienților au crescut cu 41,3%, până la 1,84 milioane lei, pentru a susține vânzările într-o piață sensibilă la preț. Tot în această perioadă, am mutat atelierul din Morarilor în locația MAM Ghencea, aflată în proprietatea Companiei, ceea ce reduce costurile cu chiria și permite o organizare mai eficientă a activității de prelucrare.

Poziția financiară a Companiei s-a consolidat în continuare. Față de 30 septembrie 2025, stocurile au scăzut cu 2,18 milioane lei, respectiv 22,2%, până la 7,63 milioane lei, iar datoriile totale s-au redus cu 2,89 milioane lei, respectiv 27,3%, până la 7,71 milioane lei. Datoriile cu scadență mai mare de un an au coborât la numai 0,08 milioane lei, de la 1,63 milioane lei.

La 30 septembrie 2026, Compania dispunea de 5,42 milioane lei în numerar și investiții pe termen scurt, cu 0,44 milioane lei mai mult decât la 30 iunie.



Ultimul trimestru al anului include perioada sărbătorilor, iar noi rămânem prudenți, pentru că piața nu și-a revenit încă. Vom păstra aceeași disciplină: stocuri dimensionate corect, costuri adaptate nivelului vânzărilor și o lichiditate care să ne permită să profităm de revenirea cererii atunci când aceasta va veni.

Începând cu 20 noiembrie 2026, acțiunile MAM Bricolaj sunt tranzacționate pe Piața de Creștere pentru IMM-uri a Bursei de Valori București, Compania făcând parte din prima generație de emitenți ai acestei piețe. Această etapă reflectă angajamentul Companiei față de transparență, guvernanță corporativă și dezvoltarea relației cu investitorii.

Consiliul de Administrație
MAM Bricolaj

CONSILIUL DE ADMINISTRAȚIE



Cristian Găvan
Președinte Consiliu de Administrație



Marius Alexe
Membru Consiliu de Administrație



Cosmin Răileanu
Membru Consiliu de Administrație

REPERE 9 LUNI 2026

Principalii indicatori ai perioadei

Cifra de afaceri netă, 9 luni
40,83 mil. lei
▼ Scădere de 8,2% față de 9 luni 2025

Profit net în T3 2026
0,22 mil. lei
▲ Față de 0,07 mil. lei în T3 2025

Rezultat net, 9 luni
-0,35 mil. lei
▼ Față de un profit de 0,59 mil. lei în 9 luni 2025

Vânzări online, 9 luni
3,25 mil. lei
▲ Creștere de 5,7% față de 9 luni 2025

Datorii totale
7,71 mil. lei
▼ Scădere de 27,3% față de 30.09.2025

Stocuri
7,63 mil. lei
▼ Scădere de 22,2% față de 30.09.2025

Rezultatele aferente trimestrului al III-lea sunt calculate ca diferență între rezultatele pe primele nouă luni și cele pe primul semestru. Datoriile totale includ datoriile cu scadență de până la un an și cele cu scadență mai mare de un an.

02

EVENIMENTE CHEIE

TRIMESTRUL AL III-LEA 2026

În perioada 1 iulie - 30 septembrie 2026, Compania nu a înregistrat evenimente care să facă obiectul unor rapoarte curente. În data de 25 septembrie 2026, Compania a publicat Raportul semestrial aferent primului semestru din 2026.

DUPĂ ÎNCHEIEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

De la 30 septembrie 2026 până la data publicării prezentului raport nu au avut loc evenimente care să facă obiectul unor rapoarte curente.

PRIMUL SEMESTRU 2026, PE SCURT

Adunarea Generală Ordinară și Extraordinară a Acționarilor din 20 aprilie 2026

Acționarii au aprobat situațiile financiare aferente exercițiului 2025 și bugetul pentru anul 2026, au decis menținerea profitului net aferent anului 2025, în valoare de 1,13 mil. lei, ca profit nerepartizat și au numit un nou Consiliu de Administrație, format din Mexela S.R.L., Sendone S.R.L. și domnul Cristian Găvan, ales Președinte al Consiliului, pentru un mandat de 4 ani. Totodată, a fost numit noul auditor financiar al Companiei, doamna Albu F. Sevatița, iar sediul social a fost mutat în București, str. Prelungirea Ghencea, nr. 299-301, etaj 1, Sector 6. Textul complet al hotărârilor poate fi consultat **aici**.

Rectificarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli 2026

În data de 27 mai 2026, conducerea Companiei a informat piața cu privire la rectificarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli pentru exercițiul financiar 2026, pe fondul evoluțiilor din sectorul de bricolaj și amenajări interioare. Bugetul rectificat prevede venituri din exploatare de 56,08 mil. lei, o pierdere netă de 0,75 mil. lei și o valoare EBITDA de 1,27 mil. lei. Raportul curent poate fi consultat **aici**.

03

DESCRIEREA ACTIVITĂȚII DE BAZĂ

PROFIL

Compania are ca obiect principal de activitate comercializarea specializată de mobilă, accesorii pentru mobilier, feronerie și articole de menaj (cod CAEN 4615). Compania operează trei unități comerciale în București, care funcționează simultan ca spații de desfacere și centre de consultanță tehnică pentru clienți, completate de un canal de vânzări online.

MODEL

MAM Bricolaj a inovat piața de profil prin implementarea unui concept unic de magazin, poziționat strategic la intersecția dintre retailul de tip Do-It-Yourself (DIY) și industria producției de mobilier la comandă. Acest model de business democratizează designul interior, permițând consumatorului final, indiferent de expertiza tehnică, să participe activ la proiectarea și construcția propriului mobilier. Procesul este similar realizării mobilei la comandă, oferind flexibilitate totală, dar la un raport calitate/preț net superior.

POZIȚIONARE

Modelul operațional hibrid generează avantaje competitive multiple, diferențiind clar MAM Bricolaj atât de retailerii tradiționali de mobilă, care comercializează produse standardizate, cât și de atelierele de producție la comandă. Prin integrarea canalelor de vânzare fizice cu cele online, Compania asigură o acoperire extinsă și o accesibilitate facilă la întregul său portofoliu de produse.

BRAND ȘI SERVICII



15 ani de activitate, din 2011



Servicii de debitare și cănțuire PAL/MDF



Aplicația de fidelizare MAM+

04

AVANTAJELE COMPETITIVE

În raport cu magazinele clasice de mobilă

- **Personalizare asistată:** Clientul își configurează mobilierul cu asistența consultanților MAM Bricolaj, soluția fiind adaptată milimetric restricțiilor de spațiu, un nivel de personalizare imposibil de atins prin mobilierul de serie.
- **Diversitate superioară:** Oferim acces la o gamă de materiale, accesorii și culori mult mai vastă decât opțiunile limitate din magazinele de mobilă standard.
- **Raport Calitate/Preț optimizat:** Costul final este semnificativ mai avantajos, oferind o eficiență economică superioară clientului prin eliminarea marjelor specifice brandurilor de mobilier gata asamblat.
- **Satisfacția clientului:** Participarea directă la procesul de creație generează un sentiment de împlinire și apropriere a produsului final, consolidând loialitatea față de brand.
- **Eficiență imobiliară:** Suprafața necesară magazinelor MAM Bricolaj este mult mai redusă comparativ cu showroom-urile clasice, ceea ce diminuează costurile fixe per metru pătrat și maximizează profitabilitatea.

Spre deosebire de magazinele standard, MAM Bricolaj comercializează și componente individuale (accesorii, materiale), nu doar produsul finit, strategie care crește semnificativ rulajul și frecvența vizitelor în magazin.

În raport cu varianta mobilei la comandă

- **Accesibilitate imediată:** Serviciile de proiectare MAM Bricolaj sunt standardizate și ușor accesibile publicului larg, eliminând dificultatea identificării unor specialiști sau meșteri disponibili.
- **Garanție și siguranță:** Compania oferă certitudinea calității și o garanție contractuală fermă, eliminând riscurile asociate colaborării cu micii producători particulari.
- **Avantaj de cost:** Prețul final este semnificativ mai redus față de varianta clasică "la comandă", datorită eliminării costurilor ineficiente de manoperă manuală.
- **Stocuri și varietate:** Clientul are la dispoziție o gamă impresionantă de peste 11.000 de articole (materiale/accesorii/culori), o diversitate logistică mult peste capacitatea unui atelier independent.
- **Rapiditate în execuție:** Timpul de livrare este drastic redus comparativ cu termenele lungi de producție ale atelierelor, datorită stocurilor permanente și proceselor optimizate.

MAM Bricolaj pune la dispoziția clienților un portofoliu complex, incluzând accesorii pentru bucătărie, sisteme de dressing și sertare, sisteme de ridicare, picioare pentru mobilier, profile de aluminiu, organe de asamblare, mânere, balamale, blaturi, MDF, panouri de PAL, canturi, precum și produse complementare (cuiere, saltele, somiere, chiuvete, electrocasnice, galerii, scaune, mese, vopsele și adezivi).

Compania gestionează un stoc activ de peste 30.000 de produse, disponibile atât în rețeaua de magazine fizice MAM Bricolaj Morarilor, MAM Bricolaj Luica, MAM Bricolaj Ghencea precum și online https://www.mam-bricolaj.ro/.

05

ANALIZĂ VÂNZĂRI

Performanţa vânzărilor şi dinamica pe canale

În primele nouă luni ale anului 2026, vânzările totale ale MAM Bricolaj au însumat 40,83 mil. lei, în scădere cu 8,2% față de 44,5 mil. lei în aceeași perioadă din 2025. Cele trei magazine fizice au înregistrat scăderi, în timp ce canalul online a crescut cu 5,7%.

Pe trimestre, ritmul scăderii s-a redus în T3. După o scădere de 6,0% în primul trimestru și de 12,0% în al doilea, vânzările din T3 au fost de 13,95 mil. lei, cu 6,6% sub nivelul din T3 2025. Îmbunătățirea s-a văzut la MAM Morarilor, unde scăderea s-a redus la 8,9%, de la 12,5% în T2, la MAM Luica, de la 12,8% la 6,9%, și în canalul online, care a trecut de la o scădere de 15,0% la o creștere de 10,4%. MAM Ghencea a avut o evoluție constantă, cu o scădere de 7,3% în T3.

Vânzări pe canale, primele nouă luni, lei

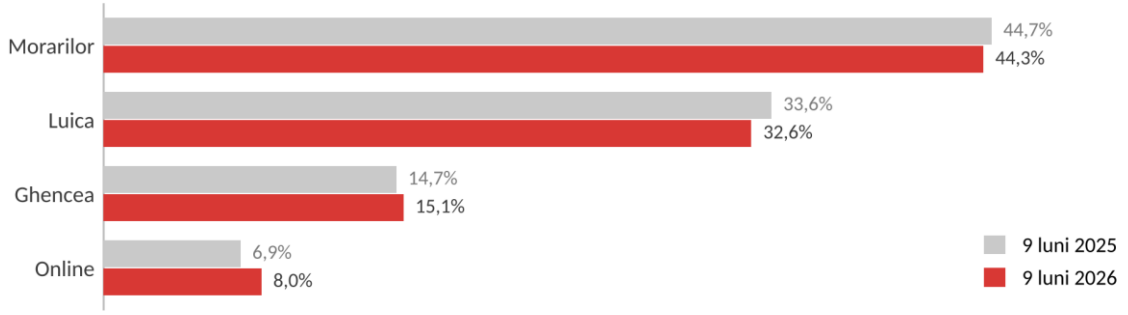
Canal	9 luni 2025	9 luni 2026	Evoluție (%)	Pondere 2026
MAM Morarilor	19.898.514	18.092.078	-9,08%	44,3%
MAM Luica	14.969.552	13.322.170	-11,00%	32,6%
MAM Ghencea	6.563.178	6.170.342	-5,99%	15,1%
MAM Online	3.072.247	3.248.424	5,73%	8,0%
Total vânzări	**44.503.490**	**40.833.014**	**-8,25%**	**100,0%**

Vânzări pe trimestre, lei

Perioada	2025	2026	Evoluție (%)
Trimestrul I	14.570.881	13.695.922	-6,00%
Trimestrul II	14.989.615	13.185.759	-12,03%
Trimestrul III	14.942.994	13.951.333	-6,64%
Total 9 luni	**44.503.490**	**40.833.014**	**-8,25%**

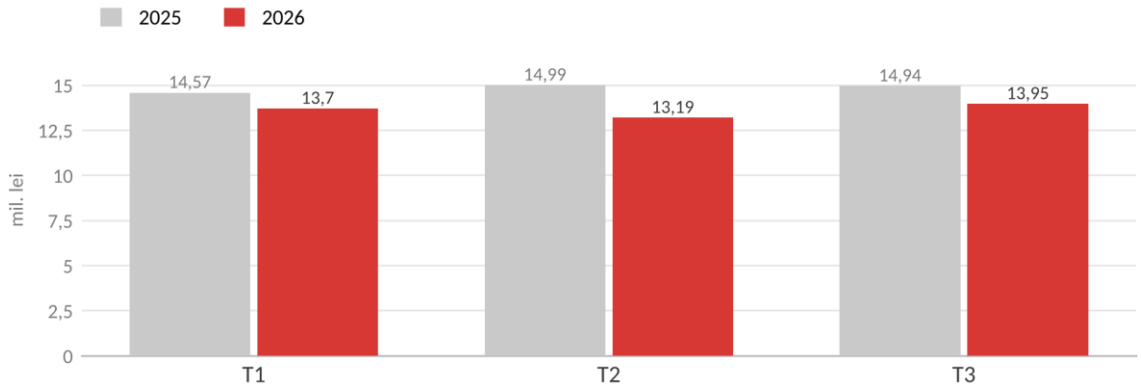
Structura vânzărilor pe canale

MAM Morarilor rămâne principalul punct de vânzare, cu 44,3% din total, urmat de MAM Luica, cu 32,6%, MAM Ghencea, cu 15,1%, și canalul online, cu 8,0%. Față de primele nouă luni din 2025, MAM Ghencea și canalul online și-au majorat ponderea în total, în timp ce MAM Luica și MAM Morarilor au pierdut 1,0 și, respectiv, 0,4 puncte procentuale.



Ponderea fiecărui canal în vânzările totale ale primelor nouă luni.

Evoluţia trimestrială a vânzărilor totale



Vânzări totale pe trimestre, mil. lei.

MAM Morarilor



3.570 mp
Suprafață totală

2.100 mp
Suprafață de vânzare

44,3%
Pondere în vânzări, 9 luni

Șoseaua Morarilor nr. 2A, București, Sector 2
Scanați codul QR pentru program și hartă

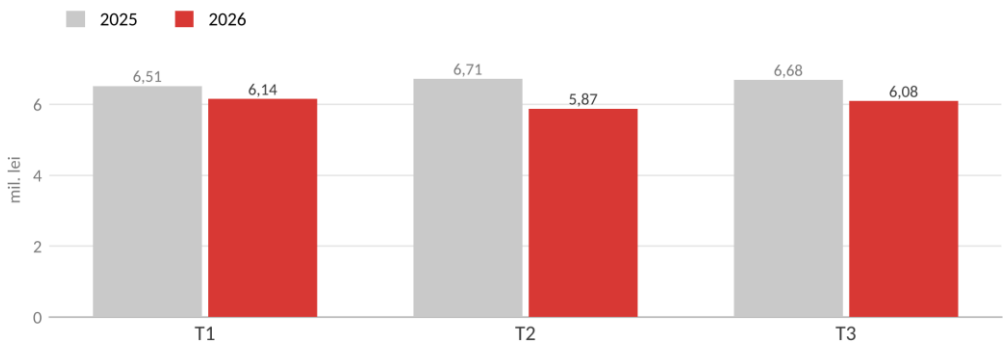
Amplasată în zona de est a Bucureștiului (Șoseaua Morarilor nr. 2A), această locație reprezintă un pilon esențial în rețeaua de distribuție a Companiei, deservind un bazin demografic semnificativ.

Suprafață și compartimentare

Magazinul dispune de o suprafață totală extinsă de 3.570 mp, fiind configurat preponderent pentru activitatea de retail. Din totalul spațiului, 2.100 mp sunt alocați strict suprafeței de vânzare (showroom), asigurând o expunere optimă a portofoliului de produse. Atelierul de producție care funcționa în această locație a fost mutat, în cursul anului 2026, în magazinul MAM Ghencea.

Vânzări

Vânzările aferente primelor nouă luni din 2026 au fost de 18,09 mil. lei, în scădere cu 9,1% față de 19,9 mil. lei în aceeași perioadă din 2025. Cu o pondere de 44,3% din vânzările totale, magazinul rămâne principalul punct de vânzare al rețelei. În trimestrul al treilea, vânzările au fost de 6,08 mil. lei, cu 8,9% sub nivelul din T3 2025, o scădere mai mică decât cea de 12,5% din T2.



Vânzări pe trimestre, 2025 și 2026, mil. lei.

MAM Luica



1.500 mp	500 mp	32,6%
Suprafață totală	Atelier de producție	Pondere în vânzări, 9 luni

Str. Luica nr. 180, București, Sector 4
Scanați codul QR pentru program și hartă

Situat în partea de sud a capitalei (Str. Luica nr. 180), acest punct de lucru integrează fluxuri operaționale complexe, deservind atât clienții de retail, cât și procesele de prelucrare.

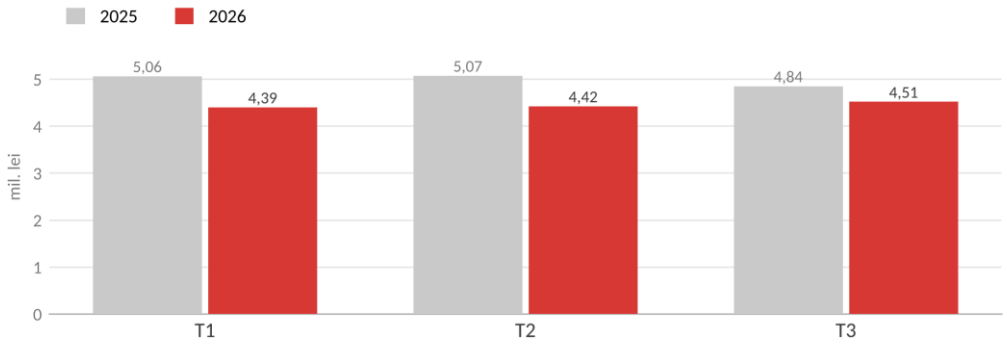
Suprafață și compartimentare

Unitatea dispune de o suprafață totală de 1.500 mp, structurată funcțional pentru a maximiza eficiența:

- Zonă comercială (Showroom): 500 mp;
- Atelier de producție: 500 mp;
- Spațiu de depozitare: 500 mp.

Vânzări

Vânzările aferente primelor nouă luni din 2026 au fost de 13,32 mil. lei, în scădere cu 11,0% față de 14,97 mil. lei în aceeași perioadă din 2025, magazinul având o pondere de 32,6% din vânzările totale. În T3, vânzările au fost de 4,51 mil. lei, cu 6,9% sub nivelul din T3 2025, după scăderi de 13,1% în T1 și de 12,8% în T2, ceea ce marchează o îmbunătățire clară a ritmului.



Vânzări pe trimestre, 2025 și 2026, mil. lei.

MAM Ghencea



1.500 mp
Suprafață totală

1.000 mp
Suprafață de vânzare

15,1%
Pondere în vânzări, 9 luni

Str. Prelungirea Ghencea nr. 299-301, București, Sector 6
Scanați codul QR pentru program și hartă

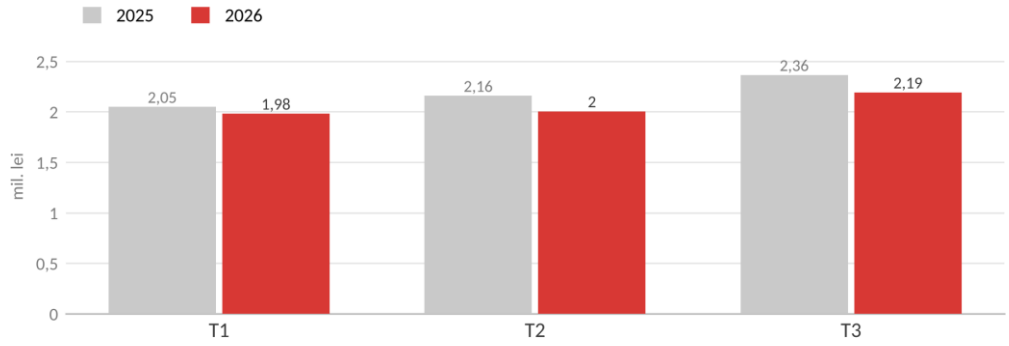
Localizată în zona de vest a capitalei (Str. Prelungirea Ghencea nr. 299-301), această unitate, aflată în proprietatea Companiei, combină activitatea de retail cu serviciile de prelucrare.

Suprafață și compartimentare

Magazinul dispune de o suprafață totală de 1.500 mp, dintre care 1.000 mp sunt dedicați exclusiv suprafeței de vânzare, asigurând o expunere eficientă a gamei de produse. În cursul anului 2026, atelierul de producție din Morarilor a fost mutat în această locație, astfel că magazinul preia acum și activitatea de prelucrare PAL.

Vânzări

Vânzările aferente primelor nouă luni din 2026 au fost de 6,17 mil. lei, în scădere cu 6,0% față de 6,56 mil. lei în aceeași perioadă din 2025, cea mai redusă scădere dintre magazinele fizice. Ponderea magazinului în vânzările totale a crescut la 15,1%, de la 14,7%. În T3, vânzările au fost de 2,19 mil. lei, cel mai bun trimestru al anului pentru acest magazin, cu 7,3% sub nivelul din T3 2025.



Vânzări pe trimestre, 2025 și 2026, mil. lei.

MAM Online



3,25 mil. lei
Vânzări online, 9 luni

5,7%
Evoluție față de 9 luni 2025

8,0%
Pondere în vânzări, 9 luni

www.mam-bricolaj.ro și aplicația mobilă MAM+
Scanați codul QR pentru site

Divizia Online

Activitatea de comerț electronic s-a concentrat pe modernizarea infrastructurii tehnice și creșterea capacității operaționale.

Infrastructură și portofoliu

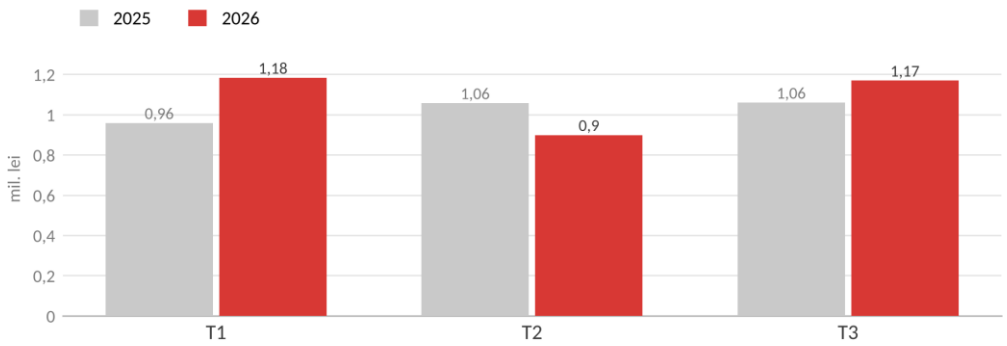
Compania a finalizat implementarea noii platforme digitale, asigurând astfel o viteză de procesare superioară și stabilitate operațională. Această actualizare a permis listarea unui număr extins de produse, diversificând oferta comercială disponibilă online.

Aplicația mobilă MAM+

Strategia de retenție a clienților a fost consolidată prin lansarea, în septembrie 2025, a aplicației mobile MAM+, integrată în ecosistemul de vânzări al companiei.

Vânzări

Vânzările aferente primelor nouă luni din 2026 au fost de 3,25 mil. lei, în creștere cu 5,7% față de 3,07 mil. lei în aceeași perioadă din 2025, canalul online fiind singurul cu evoluție pozitivă. Ponderea sa în vânzările totale a crescut la 8,0%, de la 6,9%. După o scădere de 15,0% în T2, vânzările online au revenit pe creștere în T3, cu un plus de 10,4% față de T3 2025, până la 1,17 mil. lei.



Vânzări pe trimestre, 2025 și 2026, mil. lei.

06

CONTUL DE PROFIT ŞI PIERDERE

lei

Denumire indicator	9 luni 2025	9 luni 2026	Evoluție (%)
Cifra de afaceri netă	**44.503.490**	**40.833.015**	**-8,25%**
Producția vândută	3.348.085	4.123.676	23,17%
Venituri din vânzarea mărfurilor	42.456.913	38.547.933	-9,21%
Reduceri comerciale acordate	1.301.508	1.838.594	41,27%
Alte venituri din exploatare	314.315	1.268.326	303,52%
Venituri din exploatare - total	**44.817.805**	**42.101.341**	**-6,06%**
Cheltuieli cu materiile prime și materialele consumabile	529.042	531.833	0,53%
Alte cheltuieli materiale	2.464	26.919	992,49%
Alte cheltuieli externe	545.686	924.628	69,44%
Cheltuieli privind mărfurile	27.340.848	24.940.650	-8,78%
Reduceri comerciale primite	269.643	181.283	-32,77%
Cheltuieli cu personalul	9.253.599	8.562.074	-7,47%
Salarii și indemnizații	9.052.744	8.373.462	-7,50%
Cheltuieli cu asigurările și protecția socială	200.855	188.612	-6,10%
Ajustări de valoare privind imobilizările corporale și necorporale	1.028.953	975.986	-5,15%
Cheltuieli privind amortizarea	1.028.953	975.986	-5,15%
Ajustări de valoare privind activele circulante	(200.000)	-	100,00%
Alte cheltuieli de exploatare	5.634.682	6.474.101	14,90%
Cheltuieli privind prestațiile externe	3.294.822	3.176.807	-3,58%
Cheltuieli cu alte impozite, taxe și vărsăminte asimilate	206.309	241.336	16,98%
Alte cheltuieli	2.133.551	3.055.958	43,23%
Cheltuieli de exploatare - total	**43.865.631**	**42.254.908**	**-3,67%**
Profitul sau pierderea din exploatare	**952.174**	**(153.567)**	**-116,13%**
Venituri financiare	219.930	156.155	-29,00%
Cheltuieli financiare	456.470	347.879	-23,79%
Profitul sau pierderea financiar(ă)	**(236.540)**	**(191.724)**	**18,95%**
Profitul sau pierderea brut(ă)	**715.634**	**(345.291)**	**-148,25%**
Impozitul pe profit	129.239	-	-100,00%
Profitul sau pierderea net(ă) a exercițiului financiar	**586.395**	**(345.291)**	**-158,88%**

Sumele negative sunt prezentate între paranteze. Evoluția procentuală arată creșterea sau scăderea față de perioada similară a anului anterior. Pentru rezultatele negative, procentul este calculat raportat la valoarea absolută, astfel încât un procent pozitiv indică o îmbunătățire a rezultatului.

Analiza rezultatelor financiare

Venituri

Cifra de afaceri netă a fost de 40,83 mil. lei în primele nouă luni din 2026, în scădere cu 8,2% față de 44,5 mil. lei în aceeași perioadă din 2025. Veniturile din vânzarea mărfurilor au scăzut cu 9,2%, la 38,55 mil. lei, în timp ce producția vândută a crescut cu 23,2%, la 4,12 mil. lei. Reducerile comerciale acordate au crescut cu 41,3%, la 1,84 mil. lei.

Alte venituri din exploatare au însumat 1,27 mil. lei, față de 0,31 mil. lei în perioada similară a anului trecut, astfel că veniturile din exploatare au scăzut într-un ritm mai lent decât cifra de afaceri, cu 6,1%, până la 42,1 mil. lei.

Cheltuieli

Cheltuielile de exploatare au totalizat 42,25 mil. lei, în scădere cu 3,7% față de primele nouă luni din 2025. Cheltuielile privind mărfurile au scăzut cu 8,8%, la 24,94 mil. lei. Marja comercială brută, calculată ca diferență între veniturile din vânzarea mărfurilor și costul mărfurilor net de reducerile comerciale primite, raportată la veniturile din vânzarea mărfurilor, a fost de 35,8%, față de 36,2% în aceeași perioadă din 2025.

Cheltuielile cu personalul au scăzut cu 7,5%, la 8,56 mil. lei, iar cheltuielile privind amortizarea cu 5,1%, la 0,98 mil. lei. În sens opus, alte cheltuieli externe au crescut cu 69,4%, la 0,92 mil. lei, iar alte cheltuieli de exploatare cu 14,9%, la 6,47 mil. lei.

Rezultate

Compania a înregistrat în primele nouă luni o pierdere din exploatare de 0,15 mil. lei, comparativ cu un profit din exploatare de 0,95 mil. lei în aceeași perioadă din 2025. EBITDA, calculat ca rezultat din exploatare la care se adaugă cheltuielile privind amortizarea, a fost de 0,82 mil. lei, față de 1,98 mil. lei.

Rezultatul financiar s-a îmbunătățit: pierderea financiară s-a redus la 0,19 mil. lei, de la 0,24 mil. lei, în principal ca urmare a scăderii cheltuielilor financiare cu 23,8%, la 0,35 mil. lei.

Astfel, primele nouă luni ale anului 2026 s-au încheiat cu o pierdere netă de 0,35 mil. lei, comparativ cu un profit net de 0,59 mil. lei în aceeași perioadă din 2025. În trimestrul al treilea, luat separat, Compania a obținut un profit din exploatare de 0,23 mil. lei și un profit net de 0,22 mil. lei, față de 0,13 mil. lei și, respectiv, 0,07 mil. lei în T3 2025.

Trimestrul al III-lea, luat separat, lei

Indicator	T3 2025	T3 2026	Evoluție (%)
Cifra de afaceri netă	14.942.994	13.951.334	-6,64%
Profitul sau pierderea din exploatare	132.472	233.405	76,19%
Profitul sau pierderea net(ă)	**66.346**	**215.583**	**224,94%**

Calculat ca diferență între rezultatele pe primele nouă luni și cele pe primul semestru al fiecărui an.

07

BILANȚ

lei

Denumire indicator	30.09.2025	30.09.2026	Evoluție (%)
ACTIVE IMOBILIZATE			
Imobilizări necorporale	79.320	128.381	61,85%
Imobilizări corporale	12.660.345	12.619.313	-0,32%
Imobilizări financiare	255.867	255.867	0,00%
Active imobilizate - total	**12.995.532**	**13.003.561**	**0,06%**
ACTIVE CIRCULANTE			
Stocuri	9.805.812	7.625.741	-22,23%
Creanțe	945.776	1.003.915	6,15%
Investiții pe termen scurt	3.000.000	3.000.000	0,00%
Casa și conturi la bănci	1.935.046	2.416.947	24,90%
Active circulante - total	**15.686.634**	**14.046.603**	**-10,45%**
Cheltuieli în avans	141.494	168.961	19,41%
Total activ	**28.823.660**	**27.219.125**	**-5,57%**
Datorii: sumele care trebuie plătite într-o perioadă de până la un an	8.967.007	7.629.942	-14,91%
Datorii: sumele care trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an	1.629.584	75.744	-95,35%
Provizioane	40.893	40.893	0,00%
Venituri în avans	-	-	-
CAPITALURI PROPRII			
Capital subscris vărsat	846.500	846.500	0,00%
Prime de capital	7.986.100	7.986.100	0,00%
Rezerve din reevaluare	1.498.108	2.581.959	72,35%
Rezerve	169.300	169.300	0,00%
Profitul sau pierderea reportată	7.099.773	8.233.979	15,98%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	586.395	(345.292)	-158,88%
Capitaluri proprii - total	**18.186.176**	**19.472.546**	**7,07%**
Total pasiv	**28.823.660**	**27.219.125**	**-5,57%**

Analiza poziției financiare

Active

La 30 septembrie 2026, activele totale ale Companiei au fost de 27,22 mil. lei, în scădere cu 5,6% față de 28,82 mil. lei la 30 septembrie 2025.

Activele imobilizate au rămas stabile, la 13 mil. lei. Imobilizările necorporale au crescut la 0,13 mil. lei, de la 0,08 mil. lei, iar imobilizările corporale s-au menținut la 12,62 mil. lei.

Activele circulante au scăzut cu 10,5%, la 14,05 mil. lei, în principal ca urmare a reducerii stocurilor cu 22,2%, la 7,63 mil. lei. Creanțele au crescut cu 6,1%, la 1 mil. lei. Disponibilitățile bănești au crescut cu 24,9%, la 2,42 mil. lei, la care se adaugă investiții pe termen scurt de 3 mil. lei, astfel că lichiditățile totale ale Companiei au ajuns la 5,42 mil. lei.

Datorii

Datoriile totale au scăzut cu 27,3%, la 7,71 mil. lei, confirmând continuarea procesului de reducere a îndatorării. Datoriile cu scadență de până la un an s-au redus cu 14,9%, la 7,63 mil. lei, iar datoriile cu scadență mai mare de un an au scăzut la 0,08 mil. lei, de la 1,63 mil. lei.

Capitaluri proprii

Capitalurile proprii au crescut cu 7,1%, la 19,47 mil. lei, și reprezintă 71,5% din totalul pasivului, față de 63,1% la 30 septembrie 2025. Evoluția reflectă creșterea rezervelor din reevaluare la 2,58 mil. lei, de la 1,5 mil. lei, și a profitului reportat la 8,23 mil. lei, ca urmare a menținerii profitului net aferent anului 2025 ca profit nerepartizat, conform hotărârii AGOA din 20 aprilie 2026. Aceste creșteri au fost parțial compensate de pierderea înregistrată în primele nouă luni din 2026.

Indicatorul lichidității curente s-a îmbunătățit la 1,84, de la 1,75 la 30 septembrie 2025.

Lichidități totale
5,42 mil. lei
Numerar și investiții pe termen scurt

Datorii totale
7,71 mil. lei
▼ Scădere de 27,3% față de 30.09.2025

Capitaluri proprii
19,47 mil. lei
71,5% din totalul pasivului

08

INDICATORI FINANCIARI

Denumire indicator	9 luni 2025	9 luni 2026
Indicatorul lichidității curente Active curente / Datorii curente	1,75	**1,84**
Indicatorul gradului de îndatorare Capital împrumutat / Capital propriu x 100	8,96%	**0,39%**
Indicatorul gradului de îndatorare Capital împrumutat / Capital angajat x 100	8,22%	**0,39%**
Viteza de rotație a activelor imobilizate Cifra de afaceri / Active imobilizate	3,42	**3,14**

Capitalul împrumutat include datoriile cu scadență mai mare de un an. Capitalul angajat reprezintă suma dintre capitalul împrumutat și capitalurile proprii. Viteza de rotație a activelor imobilizate este calculată pe baza cifrei de afaceri aferente primelor nouă luni. Indicatorii de poziție financiară sunt calculați pe baza soldurilor la 30.09.2025 și 30.09.2026.

09

DECLARAȚIA CONDUCERII

Subsemnatul, Cristian Găvan, în calitate de Președinte al Consiliului de Administrație S.C. MAM Bricolaj S.A., confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că situațiile financiare trimestriale neauditate pentru primele nouă luni din 2026 redau o imagine corectă și conformă cu realitatea a activelor, obligațiilor, poziției financiare și a situației veniturilor și cheltuielilor S.C. MAM Bricolaj S.A. și că Raportul întocmit pentru perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2026 și 30 septembrie 2026 oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut loc pe parcursul primelor nouă luni din 2026 și a impactului asupra situațiilor financiare ale Companiei.

Cristian GĂVAN
Președinte Consiliu de Administrație MAM Bricolaj